

## СЕКЦИЯ VI ФИЛОСОФИЯ

Т.Ю. Быстрова  
Екатеринбург

### СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД КАК МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА ПОСТРОЕНИЯ КУРСА «ТЕОРИЯ ДИЗАЙНА»

Курс «Теория дизайна» читается бакалаврам и специалистам по дизайну практически во всех вузах, где преподается эта специальность. Подобный курс и необходим для смежных специалистов, изучающих рекламу, журналистику, PR. Проблемы теории дизайна, как правило, представляют собой обобщение опытных данных и эмпирической информации, возникающих в ходе дизайн-проектирования. При этом, начиная с конца 1980-х гг., в профессиональном общественном сознании существует длительное и устойчивое неприятие какой бы то ни было теории, приведшее к снижению научного потенциала, отсутствию необходимого количества квалифицированных специалистов-теоретиков.

В отличие от архитекторов, дизайнеры избрали критерием успеха исключительно экономические показатели, в ряде случаев забывая о том, что неудовлетворенность рынка делает востребованными любых дизайнеров, в том числе и вовсе не имеющих образования. Когда этап первого насыщения закончится, конкуренция и возрастающая культура заказчиков вновь вернут доверие к научно-теоретической деятельности. Пока же возникшая ситуация приводит к привлечению специалистов из других областей – историков дизайна, культурологов, искусствоведов, каждый из которых пытается выстраивать теорию по аналогии с его «родной» дисциплиной, что не вполне логично для теории.

Одновременно с изменением кривой интереса профессионалов-дизайнеров к проблемам их науки происходило забвение одного из важнейших оснований теории дизайна (технической эстетики) конца 1960-х – начала 1980-х гг. – системного метода. В отечественной технической эстетике существовала традиция, восходящая к трудам К. Кантора, Г.П. Щедровицкого, О. Генисаретского, М.С. Кагана, в которых дается фундаментальная разработка системного метода. На конференции ВНИИТЭ в мае 1964 г. было отмечено, что практики не вполне осознают значение теории, ожидая от нее в первую очередь методического обеспечения своей деятельности. Но, находясь «внутри» проектирования, дизайнер-практик не в состоянии представить дизайн как целое и обеспечить передачу собственного практического опыта. Так, обосновывая техническую эстетику, Г.П. Щедровицкий и О. Генисаретский отдают теории дизайна функцию трансляции профессионального опыта и нацеливают на системность этой передачи. В последующем о системном подходе было забыто, как и о теории в целом, его потенциал не был раскрыт в полной мере, а системный подход сегодня воспринимается либо как нечто архаичное, либо как штамп обыденного сознания, не имеющий четкого содержательного наполнения. Эта участь не так трагична, как может показаться на первый взгляд. Системный подход хорошо оправдывает себя при построении теории дизайна, а в дальнейшем может быть использован при разработке теоретических основ новых дисциплин, структура которых рыхла и неопределенна – имиджология, теория рекламы и т.п.

Напомним коротко, что системный подход предполагает рассмотрение явления как целого, состоящего из элементов, обладающих связями друг с другом. При этом совокупность элементов качественно отличается от целого. Система может быть закрытой и открытой, т.е. способной включать в себя новые элементы.

Исходя из этого, система дизайна может быть охарактеризована как система творческой эстетической деятельности по гармонизации промышленно произведенной предметной среды в ее взаимосвязи с человеком. В рыночных условиях система дизайна может использоваться как инструмент достижения экономической выгоды (например, использование дизайна в рекламе, для продвижения товара), что не означает изменения ее эстетической природы, но свидетельствует об изменении контекста ее существования.

Отсюда ключевыми для построения курса «Теория дизайна» выступают, как минимум, шесть блоков вопросов, размышлять над которыми можно не только в ходе практических занятий по проектированию или изучения истории дизайна.

Анализ предпроектной ситуации. Речь идет об исследовательской работе, предваряющей проект. Каков ее необходимый и достаточный объем, каковы методики сбора, систематизации и анализа материала?

Дизайнер изучает ситуацию под разными углами зрения – социальным, социокультурным, экономическим, технологическим, климато-географическим, модным и т.п., не дифференцируя и порой даже не обозначая эти области. Сегодня в системе образования все больше акцентируется момент «сбора» аналогов, к которому невозможно относиться некритически: эрудиция важна, но только если не создает стереотипов и шаблонов, препятствующих работе творческого мышления.

Иногда в просторечии этот этап обозначают как «сбор материала по теме проекта», что в корне неверно. В этом выражении отсутствует требование активности творца, ведь «собирать» и «собираяться» можно спонтанно, сколь угодно долго и где попало. Соответственно, исчезает тема аналитики, структурности мышления, доказательности, выводов. «Сбор» ослабляет перед лицом обстоятельств и, особенно, оппонентов, тогда как «анализ» даст возможность отстаивать свои проектные ходы.

Анализ предпроектной ситуации обязательно должен быть комплексным, т.е. вестись по нескольким взаимосвязанным направлениям: социологическому (либо социокультурному), экономическому, эстетическому, маркетинговому. Другие направления имеют более частный характер.

Социологический анализ затрагивает, в первую очередь, изучение параметров потребительской аудитории, ее интересов, предпочтений, ожиданий и возможностей. В случае не слишком масштабного проекта дизайнер может пользоваться статистическими данными либо самостоятельно проводить небольшие опросы по тем или иным проблемам. Анкеты с вопросами открытого типа, помимо получения количественной информации, позволяют расширить диапазон видения предпроектной ситуации.

Социокультурный анализ предполагает исследование системы ценностей и образа жизни потребителей, вывода на первое место аксиологические показатели – отношение к стилю, модным тенденциям, установку на элитарность или демократизм, приоритетные *качественные* характеристики. Сегодня, в связи с развитием маркетинговых технологий, эти показатели все чаще выходят на первое место. Особенно ответственными и в наименьшей степени проработанными дизайном являются темы детства, взросления, различных специфических субкультур, болезни или несчастья. Слишком часто дизайнер ориентируется «как бы» на среднестатистические показатели, забывая о динамике и хрупкости человеческой психики.

Экономический анализ обеспечивает адекватность ситуации проектирования. Очень часто заказчик произносит фразу о том, что «не нужно ничем себя сковывать, только свободно творить», а позже сам ужасается стоимости спроектированного. Чтобы этого не происходило, экономические параметры проектирования необходимо прояснять с самого начала. Это особенно важно, когда стоит задача создания более дешевого или экономичного продукта, чем уже существующие.

Задача дизайнера при обращении к другим специалистам, например, социологам, заключается в умении сформулировать основную проблему опроса, дать техническое задание. В более локальных и простых случаях дизайнер может проводить отдельные

опросные действия сам. При этом он не претендует на подмену специалиста, а интегрирует лишь те знания прилежащей области, которые необходимы для формирования полной картины предпроектной ситуации. В том и другом случае необходимо хотя бы минимальное освоение категориального аппарата той отрасли, к которой обращается проектировщик.

Обращаясь к данным различных дисциплин, дизайнер: а) по мере необходимости встраивает их в собственный дискурс, а не бросается из стороны в сторону; б) усваивает новую информацию из сферы деятельности, которую в данном случае «обслуживает» дизайн; в) четко осознает интегративный характер своей деятельности, обеспечивающий органическое включение новых блоков материала в проектный дискурс; г) в ряде случаев становится координатором проекта в силу фокусировки на его проектные нужды, большинства проблем, что вдобавок требует от него минимального владения лексикой смежных сфер знания и умения сформулировать техническое задание специалистам других профессий. В случае отсутствия данных проектировщик ищет пути их обретения, наиболее ответственным и значимым из которых в случае «чистого» дизайна представляется интервьюирование либо небольшой опрос, блестяще зарекомендовавшие себя в курсовых и дипломных проектах студентов разных специальностей. Здесь необходимо и владение коммуникативными и социологическими технологиями.

Проблемы определения методов проектирования и работы с ними. В отличие от архитектурной теории, в частности, архитектурной эвристики, дизайнеры не так много внимания уделяют этой стороне дела. Естественно, в ходе проектной деятельности каждый профессионал находит и осмысляет методы проектирования сам, что не исключает коллективного поиска и обмена опытом, что вновь актуализирует культурологические практики. Если подобный обмен непосредственно вплетен в практическую деятельность, дизайн становится родственным всякому ремеслу, основывающемуся на заимствовании алгоритмов изготовления предмета.

Профессионалу необходимо уметь фиксировать мысль на собственных методах проектирования, уметь обозначать их каким-либо термином, что опять-таки требует восхождения к более общим вопросам саморефлексии. Если этого не случается, мы имеем либо вариант обширного инструментария без навыков его использования, либо спонтанность проектирования – без шансов развития профессионального сознания.

Проблемы композиции, формообразования, выразительных средств дизайна – своеобразная «школа» проектирования, основы которой фундаментально проработаны еще в 1920-е гг. В этой части теория дизайна обобщает опыт частных дисциплин и определяет специфику композиционного мышления в предметной сфере. Здесь в ряде случаев требуется высокий уровень абстрактного мышления и аналитики, например при работе над композицией изделия или системы, а также при создании дизайнерских концептов. Этот уровень достижим в ходе изучения дисциплин гуманитарного цикла, одновременно дающих историко-культурную и ценностную информацию, необходимую сегодня для творчества в предметной сфере. Наиболее распространенным недочетом мыслительных операций в рамках проблем данного блока является абстрагирование от человека, которому предназначен проектный продукт, и рассмотрение цветовых, эргономических, композиционных характеристик как чего-то внешнего и объективного, раз и навсегда данного. На деле все показатели и критерии представляют собой обобщение эмпирического опыта восприятия человеком предметной среды. Гуманитарное мышление и опора на системный метод помогают преодолевать этот недостаток.

Коммуникативные проблемы, технологии работы с заказчиком, которого слушают, но в ряде случаев не слышат. На протяжении всего процесса проектирования дизайнер сотрудничает с заказчиком, опираясь главным образом на личный опыт и «советы бывалых». Какой-либо теории профессиональных коммуникаций пока нет, несмотря на жгучую потребность в повышении эффективности этого процесса. В ряде вузов нет предмета (например, «Культура общения», «Деловой этикет»), на котором студенты

получали бы необходимую информацию. В условиях, когда на непонимание жалуются все участники процесса дизайна, разработка подобного раздела необходима.

**Проблемы презентации продукта и самопрезентации исполнителя.** В условиях всеобщей капитализации для того, чтобы быть конкурентноспособным, нужно уметь придумать название проекту или фирме, сформулировать несколько убедительных фраз для пресс-релиза. Презентация продукта все чаще становится самостоятельным этапом деятельности дизайнера или коллектива. Макеты выполняются все более тщательно, с применением новейших материалов и технологий. Проект сопровождается справочными и рекламными материалами. Имеют значение выбор места презентации, его статус, присутствие СМИ. Такая, социально-коммуникативная по своей сути, деятельность будет успешной и эффективной при знании системы ценностей, установок аудитории, навыков аналитического мышления. Этот блок, по сути, уже превратившийся в самостоятельную подсистему дизайна, исследован крайне мало и требует изучения.

**Проблемы дизайн-критики.** Разнообразие проектных практик и способов участия дизайнера в социокультурной жизни общества делает необходимыми компетентную оценку, объективный анализ дизайн-продукта. На этой основе можно в дальнейшем формулировать представления о востребованном дизайне. Описания здесь явно недостаточно, приемы, пришедшие из искусствоведения, помогают, но не исчерпывают задач критики дизайна. Для выработки собственного инструментария необходим понятийный аппарат культурологи, философии, других гуманитарных дисциплин.

Таковы предложения по использованию системного метода при построении курса «Теория дизайна». Будучи открытой системой, он опирается на информацию курсов «Культурология» и «Философия», а продолжается в образовательном процессе итоговым профессионально-мировоззренческим курсом «Философия дизайна».

**И.И. Замошанский  
Екатеринбург**

## **ДЕТЕРМИНИЗМ В СОВРЕМЕННОЙ ФИЛОСОФИИ ЧЕЛОВЕКА**

Принцип системности на сегодня становится самым востребованным в описании не только физических законов, но и считающихся наиболее непредсказуемыми социальных процессов. И действительно, что же такое общество, если не самоорганизующаяся система. Описание системы и ее последующая организация процессы не рядоположенные, исследование всегда запаздывает. Это очевидно в современной культуре, где само прогнозирование уже становится достаточно проблематичным.

Сам по себе факт непредсказуемости социальных процессов не отменяет самой необходимости детерминистических моделей, а совсем наоборот, говорит об их насущной необходимости. Ведь современная социальная реальность характеризуется повышенной динамичностью, что затрудняет осознание происходящего. Но любое планирование, управление, постановка и решение задач предполагает установление и исследование логики социальных процессов. Наша работа посвящена описанию той фоновой реальности, которая незримо организует социальный порядок. В ее исследовании проявляют себя новые возможности детерминистского анализа. Обусловленность бытия человека проясняет фундаментальные связи, которые опосредуют его бытие, во всех его измерениях.

Когда мы говорим о философских аспектах обусловленности человека, то в современной гуманитарной науке выделяются следующие фундаментальные измерения человека: онтологическое, антропологическое, социальное. В человеке данные измерения его бытия находятся в непосредственном единстве и проявляют себя в своей системной целостности в деятельности человека. Как мы видим аспектация человеческой сущности,